

第三批国家级一流本科课程申报书 (线上线下混合式课程)

课程名称：统计与数据分析

专业类代码：0503

课程负责人：唐羽

联系电话：18841369296

申报学校：辽宁科技学院

填表日期：2023 年 12 月 26 日

推荐单位：

中华人民共和国教育部制
二〇二三年十一月

填报说明

1.专业类代码指《普通高等学校本科专业目录（2022）》中的专业类代码（四位数字）。

2.须截图上传教务系统中课程已完成学期的开设信息。申报课程名称须与教务系统中显示情况一致、所有团队主要成员须为教务系统中显示的授课教师。


3.文中○为单选；□可多选。


4.文本中的中外文名词第一次出现时，要写清全称和缩写，再次出现时可以使用缩写。

5.具有防伪标识的申报书及申报材料由推荐单位打印留存备查，国家级评审以网络提交的电子版为准。

6.涉密课程或不能公开个人信息的涉密人员不得参与申报。

一、课程基本信息

课程名称	统计与数据分析	是否曾被推荐	○是 ○否
课程负责人	唐羽		
负责人所在单位	辽宁科技学院		
是否国家级一流本科专业建设点	√是○否	(如是) 专业名称	广告学 专业代码 050303
课程编码+选课编码 (教务系统中的编码)	6312A533		
课程分类	○通识课 ○公共基础课 √专业课 □思想政治理论课 √创新创业教育课 □教师教育课□实验课		
课程性质	√必修 ○选修		
开课年级	大学一年级		
面向专业	广告学		
学 时	总学时: 48 线上学时: 16 课堂学时: 32		
学 分	2.0		
先修(前序)课程名称	广告学概论		
后续课程名称	广告创意、广告策划、广告文案写作、整合营销传播		
主要教材	<p>书名: 现代市场调查与预测、书号: ISBN 978-7-5682-5790-9、作者: 万华、唐羽、出版社: 北京理工大学出版社、出版时间: 2018 年 6 月</p> <div>  <p>内容简介</p> <p>本书以市场调查过程为主线,全面、系统、深入讲述市场调查与预测的基本概念、基本原理,着重介绍了市场调查与预测的基本方法、技巧以及现代化的市场调查与预测技术。本书共 13 章,分别为绪论、市场调查概述、市场调查策划、市场调查组织方式、市场调查资料收集方法、市场调查资料的整理与分析、市场调查报告的撰写、大数据分析简介、市场预测、定性预测法、时间序列预测法、回归分析预测法、马尔科夫预测法。</p> <p>本书可作为应用型本科高校市场营销专业的教材,也可作为相关从业人员的参考资料。</p> <p>版权专有 侵权必究</p> <p>图书在版编目(CIP)数据</p> <p>现代市场调查与预测/万华,唐羽主编. —北京:北京理工大学出版社,2018.6 (2018.7 重印)</p> <p>ISBN 978-7-5682-5790-9</p> <p>I. ①现… II. ①万… ②唐… III. ①市场调查—高等学校—教材 ②市场预测—高等学校—教材 IV. ①F713.52</p> <p>中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 136389 号</p> <p>出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司 社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号 邮 编 / 100081 电 话 / (010) 68944775 (总编室) (010) 62562003 (教材售后服务热线) (010) 68944531 (其他图书服务热线) 网 址 / http://www.bjupress.com.cn 经 销 / 全国各地新华书店 印 刷 / 北京聚瑞利印务有限公司 开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16 印 张 / 16 字 数 / 428 千字 版 次 / 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 7 月第 2 次印刷 定 价 / 48.00 元</p> <p>责任编辑 / 陈建立 文案编辑 / 赵 野 责任校对 / 康静三 责任印制 / 李金海</p> <p>图书出现质量问题,请发行售后服务热线,本社负责调查</p> </div>		

	<p>2022 年 3 月 3 日—2022 年 6 月 23 日 课程名称：统计与数据分析 教师名称：唐羽</p> 
<p>最近两期开课时间</p>	<p>2023 年 3 月 2 日—2023 年 6 月 22 日 课程名称：统计与数据分析 教师名称：唐羽、杨欣</p>  <p>教师课表</p> <p>2022-2023 学年第二学期</p> 
<p>最近两期学生总人数</p>	<p>160</p>
<p>使用的在线课程</p>	<p>○ 国家级线上一流课程及名称</p> <p>○ 国家级虚拟仿真实验教学一流课程及名称</p> <p>√ 其他课程（填写课程名称、学校、负责人、网址）</p> <p>统计与数据分析、辽宁科技学院、唐羽、 https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/203883541</p> <p>使用方式： √MOOC ○SPOC</p> <p>课程链接及查看教学活动的密码等</p> <p>超星学习通泛雅平台 https://mooc1.chaoxing.com/course-ans/ps/203883541</p>

二、授课教师（教学团队）

课程团队主要成员（序号 1 为课程负责人，总人数限 5 人之内）								
序号	姓名	出生年月	单位	职务	职称	手机号码	电子邮箱	授课任务
1	唐羽	1981. 10	辽宁科技学院	校党委宣传部	教授	18841369296	493250079@qq.com	主讲、教学研究与教学改革
2	杨欣	1982. 04	辽宁科技学院	广告教研室党支部书记	副教授	15841401773	316198981@qq.com	主讲、课程改革、网络课程建设、学科竞赛、实案项目指导
3	王毅	1980. 04	辽宁科技学院	人文艺术学院实验室副主任	讲师	15141432003	wangyi560@163.com	学科竞赛指导、网络课程微课视频制作
4	王龙	1989. 03	辽宁科技学院		讲师	13314220146	441505452@qq.com	学科竞赛指导
5								

课程负责人和团队其他主要成员教学情况（500 字以内）

（教学经历：近 5 年来在承担该门课程教学任务、开展教学研究、获得教学奖励方面的情况）

课程负责人唐羽近五年来主讲统计与数据分析课程 3 次，主要团队成员杨欣近五年来主讲统计与数据分析课程 3 次，王毅、王龙近五年来担任统计与数据分析网络课程建设、微课视频编辑与学科竞赛、实案项目指导工作，教学团队积极开展教学研究，取得了丰富的教学成果。

课程负责人唐羽为辽宁省教学名师，辽宁国家一流专业广告学专业带头人，荣获全国高校文科应用转型改革名师、教育部应用型创新课题大赛优秀指导教师、全国大学生市场调查与分析大赛最佳指导教师、全国大学生网络商务创新大赛最佳指导教师、辽宁省大学生创业大赛优秀指导教师、辽宁省教育厅本科大学生智慧经济创新创业大赛优秀指导教师；校“优秀教师”、“先进科研工作者”、“专业技能大赛优秀指导教师”、“校企合作先进个人”等称号。曾主持完成《共建共管共享的校外实践教育基地建设模式研究与实践》等辽宁省级教研教改课题；主持辽宁省教育厅新文科建设项目《基于“政产学研用”五位一体的地方高校新文

科多元协同人才培养模式的改革与实践》；主持教育部产学研合作协同育人项目《“基于VR技术的‘课程思政’资源建设”》等2项；主持全国百千万工程金课建设项目“通用工作基础与实务”；主编出版《现代市场调查与预测》等国家级教材20余部，公开发表教育教学研究论文20余篇；主持完成《“一主轴两驱动六维度”的东北抗联精神融入“三全育人”模式研究》获得省级教学成果奖二等奖；撰写的文章《把东北抗联精神作为课程思政的重要抓手》，获得人民论坛网（国家一类新闻网站、中央重点思想理论门户网站、人民日报社主管）全文报道，媒体影响广泛。本课程被评为省一流本科课程、辽宁省跨校修读学分学习平台线上资源共享课。

课程团队成员主持辽宁省教育厅基金项目1项，参与完成辽宁省教育厅教改课题1项，参与完成辽宁省教育科学规划课题2项，发表论文40余篇，出版教材3部、学科专著1部，指导大学生创新创业项目国家级4项、省级3项、校级10余项，指导学生参加学科竞赛获得国家级、省级等级奖280余项，被辽宁省教育厅评为优秀指导老师，2门课程参加辽宁省教育厅举办的教育教学信息化大赛获三等奖，主持获得校级教学成果奖三等奖，2次在课程竞赛中荣获校级三等奖，获批校课程思政示范课2门，被评为校教学名师、青年优秀教学质量教师、优秀青年教师。

课程团队主持获批辽宁省一流本科课程3门，辽宁省跨校修读学分学习平台线上资源共享课3门。广告学专业被评为国家一流专业、辽宁省专业评估四星专业。

三、课程目标（300字以内）

（结合本校办学定位、学生情况、专业人才培养要求，具体描述学习本课程后应该达到的知识、能力水平）

《统计与数据分析》课程是广告学专业学生一门专业必修课程。通过本课程学习，使学生掌握市场调查的基本理论知识，理解市场调查在广告策划、广告创意与广告设计中的重要地位，掌握市场调查工作标准，培养学生在正确的思想政治理论知识指导下开展市场调查的能力，掌握市场调查的基本过程、调查问卷的设计、数据的处理、调查报告撰写的基本知识、原理和方法，具备调研问卷设计、实地调研、调研报告撰写的能力，具备团队合作、沟通能力与调研报告提案能力。

课程针对广告行业工作岗位要求，使学生掌握市场调查的基本理论知识，理解市场调查在广告策划、广告创意与广告设计中的重要地位，掌握市场调查工作标准，培养学生在正确的思想政治理论知识指导下开展市场调查的能力，在教学过程中将党的二十大精神融入教学内容，融入爱国主义、民族情怀的公益广告案例，帮助学生树立起文化自觉和文化自信，将课程思政与课程教学深度融合，培养学生良好的职业道德修养。

四、课程建设及应用情况（2000字以内）

（本课程的建设发展历程，课程与教学改革要解决的重点问题，混合式教学设计，课程内容与资源建设及应用情况，教学方法改革，课程教学内容及组织实施情况。课程成绩评定方式，课程评价及改革成效等情况）

1. 本课程的建设发展历程

2009 年开设统计与数据分析课程；2014 年将学科竞赛引入课堂教学，作为课程作业，要求学生按照企业策略单与营销目标，完成作业并且参赛；2016 年将校企合作、产教融合实案项目引入课堂，建立课程教学案例库；2017 年将思想政治教育与专业课程教学深度融合；2018-2019 年校企合作实案项目被企业应用，获得企业主好评，开设学习通网络课程，进行微课建设。2022 年，统计与数据分析课程被评为辽宁省一流本科课程。

2. 课程与教学改革要解决的重点问题

(1) 推行项目式教学，将来源于企事业单位的实案项目以及来源于学科竞赛的创新实案项目引入课堂教学，提高学生的创意水平与实践能力，解决课堂教学与行业实践脱节的问题。

(2) 注重案例教学，以微课强化重要知识点的学习与理解，以经典案例与贴近行业前沿的优秀案例作品开拓学生视野，以实案项目与创新项目实践环节加深学生对理论知识的理解，提高学生的实践水平，解决学生实践水平与广告行业人才需求标准存在差距的问题。

(3) 实行学长制，组成同年级工作小组与跨年级工作小组，提高学生团队协作的能力，解决学生团队能力、沟通能力较差的问题。

3. 混合式教学设计

(1) 课前预习——文献阅读与课前作业

在网络课程资料中发布课前预习资料，要求学生在课前完成课前预习资料的阅读，包括文献资料、案例资料、学科竞赛、校企合作实案项目资料，并且完成课前主题讨论、案例分析、实案项目作业，为课堂学习和翻转课堂做好准备。

(2) 课堂教学——项目教学与翻转课堂

在课堂教学过程中，引入学科竞赛实案项目及校企合作、产教融合实案项目，将思想政治教育与专业教育深度融合，采用项目驱动教学方式，提高学生学习的主动性与兴趣。在课堂教学过程中，要求学生分享优秀实案项目作品，进行项目作品提案，利用翻转课堂使学生成为课堂主体。

(3) 课后延伸——扩展知识与加深理解

在每节课结束前，布置好课后需要阅读的案例、延伸资料与主题讨论、相关作业、章节测验，要求学生按时完成。使学生可以通过网络课程及时复习课程所学内容，通过课后延伸资料以及相关作业扩展与课程相关的理论知识，加深学生对课堂教学内容的理解与掌握。

4. 课程内容与资源建设及应用情况

(1) 课程应用情况：

依据广告学专业人才培养方案中规定的能力目标与广告行业前沿知识不断设计更新课程内容，将大学生广告艺术竞赛创新实案项目、产教融合、校企合作实案项目引入课堂教学，根据工作过程设计教学流程，使学生在大学一年级即做到早接触学科竞赛创新实案项目与产教融合、校企合作实案项目、早参与实践、早提高能力。

学习通平台网络课程资源丰富，包括课程视频、教学案例、章节测验、讨论题、课程作业等资源。通过学习通网络平台为学生自主性学习与研究性学习提供

丰富的学习资料，通过微课、案例库、讨论平台、线上作业培养学生养成自主学习与研究性学习的习惯。

课程在广告学专业教室授课，全程采用多媒体教学，多媒体教学课件图文并茂，案例丰富。课程教学案例库包括中外优秀案例百余个，通过行业前沿最新的优秀案例开拓学生眼界，提高学生的创意水平。

我校与辽宁工业大学联合申请获批 2021 年度辽宁省普通高等教育本科教学改革研究优质教学资源建设与共享项目：教育信息化背景下《统计与数据分析》跨校修读课程教学新模式研究与实践项目，不断深化统计与数据分析课程改革，并且将改革成果应用于教学实践，获得了良好的教学效果。

（2）课程效果：

统计与数据分析课程着重培养学生的运用市场调查的理论知识进行市场调查与分析的能力，在理论教学过程中带领学生分析大量中外优秀市场调查与分析的优秀案例，并通过结合教师参与的辽宁省社科基金项目与全国大学生广告艺术大赛布置考核作业，按照理论课教学进程安排相应的广告项目实践作业，组织学生进行问卷设计、实地调查、问卷统计，并且要求学生撰写调研报告，以此提高学生运用所学理论知识进行广告实践的能力。学生以科研课题与学科竞赛参赛题目为作业，积极参加全国学科竞赛，学习氛围良好。既对先行理论课、软件课所学知识的综合运用，又为后续专业核心课程广告创意、广告设计、广告策划、整合营销传播打下良好的基础。学生通过本课程的学习，运用所学知识进行市场调研分析，参加学科竞赛获得国家级、省级一等奖、二等奖、三等奖 280 余项，教学效果良好。

课程针对广告行业工作岗位要求，使学生掌握市场调查的基本理论知识，理解市场调查在广告策划、广告创意与广告设计中的重要地位，掌握市场调查工作标准，培养学生在正确的思想政治理论知识指导下开展市场调查的能力，在教学过程中融入爱国主义、民族情怀的公益广告案例，帮助学生树立起文化自觉和文化自信，培养学生关注市场调查相关领域的发展动态，具有一定的创新精神和持续学习的能力，具备良好的团队合作、沟通能力与调研报告提案能力，培养学生良好的职业道德修养。

5. 教学方法改革

采用以学生为中心、注重互动教学的线上线下混合式教学设计与教学方法，通过课前预习——文献阅读与课前作业（线上）、课堂教学——项目教学与翻转课堂（线下）、课后延伸——扩展知识与加深理解（线上）三个步骤，通过案例教学、项目教学、翻转课堂三种教学方法实现互动教学，更好的利用数字化教学工具与互动策略激发学生的互动热情，打破传统课堂的沉默，使学生更好的融入课堂、参与课堂。

6. 课程教学内容及组织实施情况

学内容包括市场调查概述、市场调查的基本过程、市场调查的组织机构、访问员的管理、抽样设计、问卷设计、文献研究方法、定性研究方法、观察法、调查法、资料的处理、调研报告的撰写与提案，总计十二章。

以广告流程所涉及的统计与数据分析知识为理论授课内容主线；以微课学习、案例分析、学科竞赛参赛、实案项目创作为实践教学主线；采用任务驱动、项目引领方式进行教学，要求学生运用教材、参考书、网络课程进行课前预习、

课后复习，教师在课堂进行精讲重点知识、指导项目实践、实案项目提案、评价项目创作；真项目真做与案例教学结合，翻转课堂，使学生成为课堂的主体。

7. 课程成绩评定方式

总评成绩中，平时考核由产教融合、校企合作、学科竞赛实案项目作业、行业案例分析作业、课程思政项目作业，读书笔记、考勤考绩构成，占 50%，期末考核由学科竞赛创新实案项目构成，占 50%；期末考核成绩中，教师评价占 60%，行业专家评价占 40%。

8. 课程评价及改革成效

课程先后被评为校一流本科课程、省一流本科课程、省跨校修读学分学习平台线上资源共享课。课程通过创新实案项目提升了学生的市场调研、统计与数据分析水平，学生以统计与数据分析知识为基础，参加学科竞赛获得国家级、省级等级奖 280 余项。校企合作实案项目提高了学生的实践能力，作品被企业应用。学生作品获得了学科竞赛评委与企业广告主、行业专家的好评。学生通过课程学习，提高了专业水平与实践能力，课程获得学生的认可与好评。广告学专业被评为国家一流专业、辽宁省专业评估四星专业。

五、课程特色与创新（500 字以内）

（概述本课程的特色及教学改革创新点）

1. 学习通平台网络课程资源丰富，线下课堂课件制作精美，建有丰富的教学案例库，采用线上线下混合式教学方法，充分调动学生学习的兴趣与积极性，提高课堂教学效果。
2. 将思想政治教育贯穿课程始终，将党的二十大精神融入课堂教学，课堂教学中融入思想政治教育内容，增加思政教育专题微课，培养学生热爱祖国以及弘扬传统文化、红色文化的责任感、使命感，帮助学生树立起文化自觉和文化自信，培养学生在正确的思想政治理论知识指导下开展整合营销传播的能力，培养学生良好的职业道德修养，提高学生文化自信与专业素养。
3. 案例教学：通过中外广告行业优秀案例开拓学生视野；通过本校广告学专业学生优秀案例增强学生信心。
4. 运用网络课程与课堂教学相互配合，培养学生养成自主学习的良好习惯；翻转课堂，使学生成为课堂主体。
5. 学长制：组成跨年级实案项目学习小组，通过相互学习交流提升专业水平，为学习后续专业课程与未来就业打好基础。
6. 通过学科竞赛创新实案项目提高学生的创新能力与实践水平，通过产教融合、校企合作实案项目加深学生对广告行业的认识和理解，提高学生运用所学理论知识解决行业实际问题的能力。课程作业参加学科竞赛获奖，企业实案项目被应用，做到“早接触、早实践、早提高”，与先行及后期开设的专业课程相互配合，实现专业人才培养目标，提高学生的专业能力。

六、课程建设计划（500 字以内）

（今后五年课程的持续建设计划、需要进一步解决的问题，改革方向和改进措施等）

1. 今后五年课程的持续建设计划

继续加大力度进行网络课程建设，充分发挥线上线下混合式教学模式的优势；将在线课程的建设为 MOOC。

2. 需要进一步解决的问题

（1）激发学生主动学习的兴趣与热情，培养学生养成主动学习与研究性学习的良好习惯，提高学生的学习效果。

（2）通过线上线下混合的教学模式，进一步丰富课程教学内容，通过微课利用碎片化时间向学生传授知识，提高课程的教学效果。

3. 改革方向

努力建成国家精品在线开放课程，建立 MOOC，为更多学生提供教学服务。

4. 改进措施

（1）继续增强线上网络课程的建设力度，提高线上课程资源的水平。

（2）继续优化课程教学内容，将数字时代与人工智能时代广告行业的新知识引入课堂教学，使学生通过课程学习，符合现今广告行业对广告专业人才知识、素质与能力的要求。

（3）继续加强思想政治教育与课程教学的深度融合，培养具有正确政治素养、良好道德素养与专业能力的广告人才。

（4）继续加强产教融合、校企合作，继续加强赛教一体，通过校企合作实案项目、学科竞赛实案项目提高学生的专业能力，培养广告行业需要的应用型广告人才。

七、附件材料清单

1. 课程负责人和团队成员的 10 分钟“说课”视频
2. 教学设计样例说明
3. 最近一学期的教学日历
4. 最近一学期的测验、考试（考核）及答案（成果等）
5. 最近两学期的学生成绩分布统计
6. 最近两学期的学生在线学习数据
7. 最近一学期的课程教案
8. 最近一学期学生评教结果统计
9. 最近一次学校对课堂教学评价
10. 教学（课堂或实践）实录视频
11. 课程团队成员和课程内容政治审查意见
12. 课程内容学术性评价意见
13. 学校支持混合式教学、认定混合式教学工作量等有关政策文件
14. 课程团队成员发表的 教研教改论文等成果复印件